

Guten Abend die Madln, servas die Buam: TV-Legende Heinz Conrads präsentierte jahrelang die Sendung „Guten Abend am Samstag“



Die Zeit der „Fernsehansagerinnen“: Chris Lohner war viele Jahre zu Gast in jedem Wohnzimmer und trug das Programm vor



Edmund „Mundl“ Sackbauer (Karl Merkatz, re.) und der Karli, sein „depperter Bua“ (Klaus Rott)



VON BARBARA MADER

Unabhängig hin oder her: Mit dem neuen ORF-Generaldirektor wird einer der wichtigsten Posten des Landes besetzt. In der Debatte um politische Entscheidungen treten die Konzepte der Kandidaten fast schon in den Hintergrund. Vor lauter „Wer wird's?“ und „welche Jobs gibt's außerdem zu besetzen?“, scheint die Frage, wer überhaupt noch lineares Fernsehen nützt, ob öffentlich-rechtlich oder privat, in den Hintergrund zu treten.

Ziemlich viele, sagt die aktuelle Bewegtbildstudie, die einmal jährlich Einblick in die Nutzungsgewohnheiten der Bevölkerung liefert. Unter 4.000 Österreichern lassen die heimischen TV-Sender gemeinsam mit der Rundfunk- und Telekomregulierung RTR darin den Konsum von TV und Video abfragen. Die frohe Botschaft: Die Nutzung ist in der Pandemie sogar gestiegen, auf 194 Minuten lineares Fernsehen pro Tag – ein Allzeithoch. Allerdings: Die Vorliebe für lineares Fernsehen – schauen, was gerade läuft – ist vor allem in der Altersgruppe 50+ ungebrochen hoch. Die 14-29-Jährigen schauen immer weniger dann, wenn der ORF es will.

Wie geht's weiter?

Ein Blick zurück in die gute, alte Fernsehzeit. Vergangenen Montag ist das Spätzl 90 geworden. Das Spätzl, verkörpert von Ruth Maria Kubitschek, war die leidgeprüfte Gattin des Vorstadt-Casanovas Monaco-Franze, einer Schöpfung von Helmuth Dietl und Patrick Süskind – Kultfernsehen in den 1980ern. Die bayrische Serie um den „ewigen Stenz“, der nichts anbrennen ließ, lief von 1981 bis 1983, ihr Hauptdarsteller, Helmut Fischer, ist seit 24 Jahren tot. Auf Facebook aber lebt der Monaco-Franze, hat 100.679 Abonnenten und postet regelmäßig Szenen und Sprüche aus der Serie, die von tausenden Nostalgikern geliked und kommentiert werden.

Monaco-Franzes Facebook-Auftritt und die Interaktion der Fans sind möglicherweise das, was von den großen Familientreffen vor dem Fernsehapparat übrig geblieben ist. Auch der „Tatort“ hat sich durch Social Media-Begleitung neu erfunden. Der Welt live mitteilen, was man vom neuen Kommissar hält, ist besser, als auf den nächsten Arbeitstag warten, um sich mit Kollegen darüber



ORF-Wahl. Am Dienstag entscheidet der Stiftungsrat über den neuen Generaldirektor. Die Frage um politische Postenbesetzungen überschattet die inhaltliche: Wie geht es überhaupt mit dem Fernsehen weiter?

auszutauschen. Apropos Familienfernsehen: In der ersten „Monaco“-Folge mit dem sprichwörtlich gewordenen Titel „A bissl was geht immer“ tritt einer auf, der als letzter Dinosaurier einer untergegangenen Fernsehwelt gilt: Thomas Gottschalk. Gottschalks Abschied von „Wetten, dass ...“ vor zehn Jahren besiegelte das endgültige Aus für das, was der 2016 verstorbene Moderator und Publizist Roger Willemsen als „das große Lagerfeuer“ bezeichnete. Auf die Frage „Glauben Sie, dass es die Samstagabend-Show noch lange geben wird?“ antwortete Willemsen 2011 im Interview mit dem KURIER: „Nein. Das Lagerfeuer ist erloschen.“ Es sei schlicht nicht mehr möglich, eine Show zu machen, die die ganze Familie vor dem Fernsehapparat versammle.

TV-Ereignis Pandemie

Das deutsche Fernsehen versuchte nach Gottschalks Abschied noch eine Zeit lang, via Fernsehshow nostalgisch an alte Zeiten anzuknüpfen. „Wetten, dass ...“ darbt ein paar Jahre mit wechselnden Moderatoren vor sich hin, 2014 war endgültig Schluss. Dann kamen „Dschungelcamp“ und Castingshows. Aber das ganz große Fernsehereignis? Dazu braucht es heutzutage eine Pandemie. „In Krisenzeiten besinnen wir uns auf das Bewährte. Bei Katastrophen oder politischen Ereignissen schlägt die Stunde der klassischen Medien.

Doch der Rückgriff auf das Vertraute funktioniert nur, solange das Fernsehen auch das Vertraute ist. Für Junge spielt das klassische Fernsehen zur angestammten Nachrichtenzeit nur mehr eine untergeordnete Rolle“, sagt Jörg Matthes, Kommunikationswissenschaftler an der Universität Wien.

Einerseits gerate die Glaubwürdigkeit unter Druck. „Die Jungen sind es gewöhnt, ihr Nischenprogramm zu haben, das passiert ja auch durch die Algorithmen auf den sozialen Medien. Man gewöhnt sich daran, nur das zu sehen, was einen interessiert. Da haben große Sender ein Problem. Sie versuchen, ausgewogen zu sein und es allen recht zu machen, machen es aber keinem mehr richtig recht, denn sie bieten keine eindeutige Positionierung. Je stärker polarisiert die Gesellschaft ist, desto größer wird dieses Problem. Das führt zum Glaubwürdigkeitsverlust für Öffentlich-Rechtliche.“

„Kaputtes Youtube“

Und dann ist da natürlich die Individualisierung der Nutzungsumstände: Dann das tun, wann man möchte. Es gebe Kinder, sagt der Wirtschaftswissenschaftler Leonhard Dobusch, die hielten „Fernsehen für kaputtes Youtube“. Weil sie dort ihre Lieblingssendungen nur zur vorgegebenen Zeit sehen können und nicht dann, wann sie möchten.“ Die Nöte der Generation, die in den 1980ern vor dem Fernseher

jung war, sind Kindern von heute unverständlich. Zwar ist die Begrenzung der Bildschirmzeit auch heute noch ständiger Konflikt-Begleiter in Familien. Früher allerdings kam der Streit um die Fernbedienung dazu. „Der große Konflikt meiner Volksschulzeit war die überlappende Programmierung der Vorabendserie mit Bundesland heute“, erzählt Dobusch. „Auf ORF eins lief ‚Knight Rider‘ oder ‚MacGyver‘ bis 19.15 Uhr, aber um 19 Uhr beginnt auf ORF 2 ‚Bundesland heute‘. Das hieß: Kinder gegen Eltern. Dieser Konflikt ist entschärft, weil die Kinder heute sowieso am Smartphone schauen. Die Hoheit über die Fernbedienung hat an Bedeutung verloren.“

Das mediale Lagerfeuer

Dennoch ist das Bedürfnis des Publikums nach gemeinsamem Erleben nach wie vor da. Man will teilnehmen und darüber sprechen. Und hier ortet Dobusch die Stunde des Second Screen. Ob bei politischen Diskussionen oder Unterhaltungssendungen: Ohne die gleichzeitige Kommentierung auf Social Media geht nichts mehr. Der Österreicher Dobusch, aufgrund seiner digitalen Expertise im Fernseherrat des ZDF, glaubt, dass es auch im digitalen Zeitalter so etwas wie mediale Lagerfeuer gibt. Der Fernsehapparat allein reiche dafür aber nicht mehr aus. Uralt-Formate hätten durch Social Media neue Bedeutung gewonnen. Der offizielle „Tatort“-

Twitter-Account hat fast 250.000 Follower. „Das Lagerfeuer wird im Fernsehen hergestellt, aber lodert anderswo. Man kommentiert live und hat ein viel kollektiveres Erlebnis. Der Hashtag ist jetzt das Lagerfeuer, um das sich die Crowd gruppiert.“

In der Interaktion sowie in der Entwicklung digitaler Plattformen sieht Dobusch Chancen für die Öffentlich-Rechtlichen. Wie es gehen könnte, zeigt ein Blick nach Deutschland. Dort feiern ARD und ZDF seit 2016 mit dem Jugendangebot *Funk* Erfolge. Das Online-Content-Netzwerk richtet sich an Menschen zwischen 14 und 29 und hat in der Zielgruppe eine Bekanntheit von 80 Prozent. 45 Millionen Euro jährlich Förderungen lassen Raum zum Experimentieren. Die Bandbreite der Formate, die auf Plattformen wie Instagram, YouTube oder TikTok zu sehen sind, ist groß, manches floppt, vieles geht gut. Die Nutzung kommerzieller Drittplattformen kann man hinterfragen, aber „wenn man es schafft, alte Zöpfe abzuschneiden, kann es funktionieren“, kommentiert Dobusch.

Ein einfaches „Weiter so“ sei jedenfalls eine Sackgasse, sagt Kommunikationswissenschaftler Matthes. Er ortet „sehr viel Selbstsicherheit bei den großen alten Anstalten. Hochmut kommt vor dem Fall.“

Doch von einem einfachen „Weiter so“ ist wohl ohnehin in keinem der Kandidaten-Konzepte die Rede.

Fakten

Bewegtbildstudie
281 Minuten und damit um 33 Minuten mehr als noch 2020 nutzen die Österreicher laut Bewegtbildstudie 2021 TV- oder Videoangebot

194

Minuten
Damit liegt die tägliche Nutzung des linearen Fernsehens auf einem Allzeithoch. Allerdings: Das betrifft die Generation 50+. Jüngere (14–29) nutzen immer mehr Videoangebote, am liebsten Netflix (23,6 Prozent) und Youtube (21 Prozent)

Online-Content
Funk ist das 2016 entwickelte Jugendangebot von ARD und ZDF. Funk produziert über 70 verschiedene Formate für Social-Media-Plattformen wie Youtube

Hinter den Zeilen



BARBARA MADER

Die Autorin
Sie war Chronikredakteurin, Kulturredakteurin, schreibt wöchentlich eine Kolumne über ihre Stadt Wien und ist zurzeit in der Sonntagsredaktion gleichermaßen Reporterin und Essayistin. Die studierte Literaturwissenschaftlerin und Romanistin ist aber auch Buchautorin und bei jedem ihrer Texte brillante Beobachterin. Am allerliebsten liest sie